

平成27年11月30日

各位

大同生命保険株式会社  
代表取締役社長 工藤 稔

## 中小企業経営者アンケート「大同生命サーベイ」の開始

～ ニッポンの未来をつくる中小企業の“生の声”をお届けします ～

T&D保険グループの大同生命保険株式会社（社長 工藤 稔）は、平成27年10月から、全国の中小企業経営者を対象とした毎月のアンケート調査「大同生命サーベイ」を開始しました。

当社は、昭和40年代から中小企業市場に特化した「独自のビジネスモデル」を通じて、多くの企業経営者さまとの関係を築いてまいりました。

この「大同生命サーベイ」は、当社営業職員が経営者のみなさまを訪問し、現在の景況感や経営課題の解決に向けたお取り組み等に関する“生の声”をお聞きしたものであり、中小企業経営者のみなさまをはじめ、多くの方々にお役立ていただける情報としてお届けすることを目的としています。本調査では、中小企業の大宗を占める「小規模企業」にフォーカスした「毎月」のアンケート調査としての独自性を活かし、タイムリーかつ有益な情報提供に努めてまいります。

大同生命はこれからも、「中小企業のみなさまとともに歩む」という“想い”をより多くの方々にお伝えし、ニッポンの未来をつくる中小企業の永続的发展をご支援できるよう取り組んでまいります。

末筆になりましたが、当調査にご賛同いただき、ご協力賜りました経営者のみなさまには、厚く御礼申し上げます。

## 1. 月次レポート（平成 27 年 10 月度調査結果）

### <調査概要>

調査期間 : 平成 27 年 10 月 1 日～10 月 30 日  
 調査対象 : 企業経営者（約 8 割が当社ご契約企業）  
 調査エリア : 全国  
 調査方法 : 当社営業職員が訪問により調査  
 回答企業数 : 3,888 社  
 調査内容 : ①景況感 ②個別テーマ：中小企業における介護の影響

### <ポイント>

- ・「業況 D I」は▲7.0pt となりました。「将来 D I」はプラスの値となり、将来的に業況は好転すると回答した企業が多くなっています。
- ・10 月度の個別テーマでは、「中小企業における介護の影響」を調査し、8 割以上の企業経営者が事業継続に何らかの影響があると回答されています。

※業況 D I : 自社の現在の業況 将来 D I : 自社の将来（1 年後）の業況

## 2. 半期レポート（平成 27 年 2～9 月度調査結果）

- ・本年 2 月から 9 月に 3 大都市圏（首都圏、東海地区、近畿地区）で実施した調査結果に基づく半期レポートを、あわせて公表します。

### <調査概要>

調査期間 : 平成 27 年 2 月～9 月  
 調査対象 : 企業経営者（約 8 割が当社ご契約企業）  
 調査エリア : 3 大都市圏（首都圏、東海地区、近畿地区）  
 調査方法 : 当社営業職員が訪問により調査  
 回答企業数 :

	2 月	3 月	4 月	5 月	6 月	7 月	8 月	9 月
回答企業数	1,046	988	861	846	777	672	694	707

### <半期レポートのサマリー>

- ・多くの経営者が、「人材確保・育成」「事業承継」「販路開拓」を重要な経営課題と認識されています。
- ・人材確保・育成においては、約 4 割の企業で従業員の不足感が生じており、従業員の負担の増加や需要に対応できないことなどを懸念されています。
- ・事業承継では、6 割以上の企業が事業承継を希望しています。一方で、3 割の企業は、まだ事業承継について考えていないとの回答となりました。
- ・販路開拓に向け、5 割以上の企業がニーズへの柔軟な対応、商品・サービスの品質向上などに取り組んでいます。新規顧客が増加している企業では、IT の活用など、新たな取組みに積極的な傾向が見られます。

中小企業調査  
『大同生命サーベイ』  
月次レポート

－ 平成27年10月度調査 －

 **大同生命保険株式会社**

【調査概要・回答企業に関するデータ】

➢調査期間	: 平成27年10月1日(木)～10月30日(金)
➢調査対象	: 全国の企業経営者(うち約8割が当社ご契約企業)
➢調査方法	: 当社営業職員が訪問により調査
➢回答企業数	: 3,888社
➢調査内容	: 1. 景況感 2. 個別テーマ:中小企業における介護の影響

<回答企業の属性>

地域	業種	全業種	製造業	建設業	卸・小売業	サービス業	その他	無回答
合計		3,888	879	967	883	988	127	44
	北海道	156	22	42	39	49	4	0
	東北	255	41	88	49	69	6	2
	北関東	348	90	92	71	85	7	3
	南関東	703	149	127	148	222	33	24
	北陸・甲信越	309	80	94	78	46	11	0
	東海	411	121	97	81	87	17	8
	関西	687	179	141	173	169	19	6
	中国	284	73	72	67	62	10	0
	四国	179	34	55	50	37	3	0
	九州・沖縄	556	90	159	127	162	17	1

従業員規模	企業数 (占率)
5人以下	1,639 (42.2)
6～10人	862 (22.2)
11～20人	744 (19.1)
21人以上	538 (13.8)
無回答	105 ( 2.7)

創業年数	企業数 (占率)
10年未満	320 ( 8.2)
10～29年	998 (25.7)
30～49年	1,317 (33.9)
50～99年	1,011 (26.0)
100年以上	121 ( 3.1)
無回答	121 ( 3.1)

年齢	企業数 (占率)
39歳以下	207 ( 5.3)
40代	819 (21.1)
50代	1,017 (26.2)
60代	1,200 (30.9)
70歳以上	515 (13.2)
無回答	130 ( 3.3)

性別	企業数 (占率)
男性	3,341 (85.9)
女性	226 ( 5.8)
無回答	321 ( 8.3)

※当資料で表示する占率(%)等は、小数点第1位(景況感は小数点第2位)を四捨五入した値を使用しています。  
 ※本調査は、当社ご契約企業を中心に実施しており、各調査結果に若干の偏りが生じる場合があります。

－ ご利用にあたって －

- ・本資料は、「大同生命サーベイ」の調査結果の開示を目的としており、当社の統一した見解を示すものではありません。
- ・本資料は著作物であり、著作権法に基づき保護されています。引用する際は、「出所:大同生命サーベイ(発行時期)」と明記ください。
- ・本資料に基づくお客さまの決定、行為、およびその結果について、当社は一切の責任を負いません。
- ・本資料は、生命保険契約の募集を目的としたものではありません。

## <10月度調査のポイント>

- ・「業況DI」は▲7.0ptとなりました。「将来DI」はプラスの値となり、将来的に業況は好転すると回答した企業が多くなっています。
- ・今月の個別テーマでは、「中小企業における介護の影響」を調査しており、8割以上の企業経営者が事業継続に何らかの影響があると回答しています。

### 1. 景況感

- ・「業況DI」は▲7.0ptとなりました。業種別では、建設業が5.6ptとプラスの値になっています。
- ・「将来DI」は5.4ptとプラスの値になり、将来的に業況は好転すると回答した企業が多くなっています。
- ・対前年同月比は、「売上DI」、「資金繰りDI」、「利益DI」ともにプラスの値となりました。業種別では、卸・小売業を除き、好転の傾向にあります。

#### (1) 現在の業況と将来見通し

(単位:pt)

	業況DI	将来DI
全業種	▲ 7.0	5.4
製造業	▲ 10.8	5.3
建設業	5.6	8.7
卸・小売業	▲ 20.0	▲ 1.1
サービス業	▲ 3.9	8.8

※業況DI: 回答企業の現在の景況感  
 ※将来DI: 回答企業の1年後の景況感

#### (2) 対前年同月比

(単位:pt)

	売上DI	資金繰りDI	利益DI
全業種	5.8	4.3	1.7
製造業	5.4	2.6	▲ 1.3
建設業	13.0	8.9	10.3
卸・小売業	▲ 4.5	▲ 2.0	▲ 7.6
サービス業	8.0	6.3	5.2

※売上DI: 前年同月と比べた回答企業の売上の状況  
 ※資金繰りDI: 前年同月と比べた回答企業の資金繰りの状況  
 ※利益DI: 前年同月と比べた回答企業の利益の状況

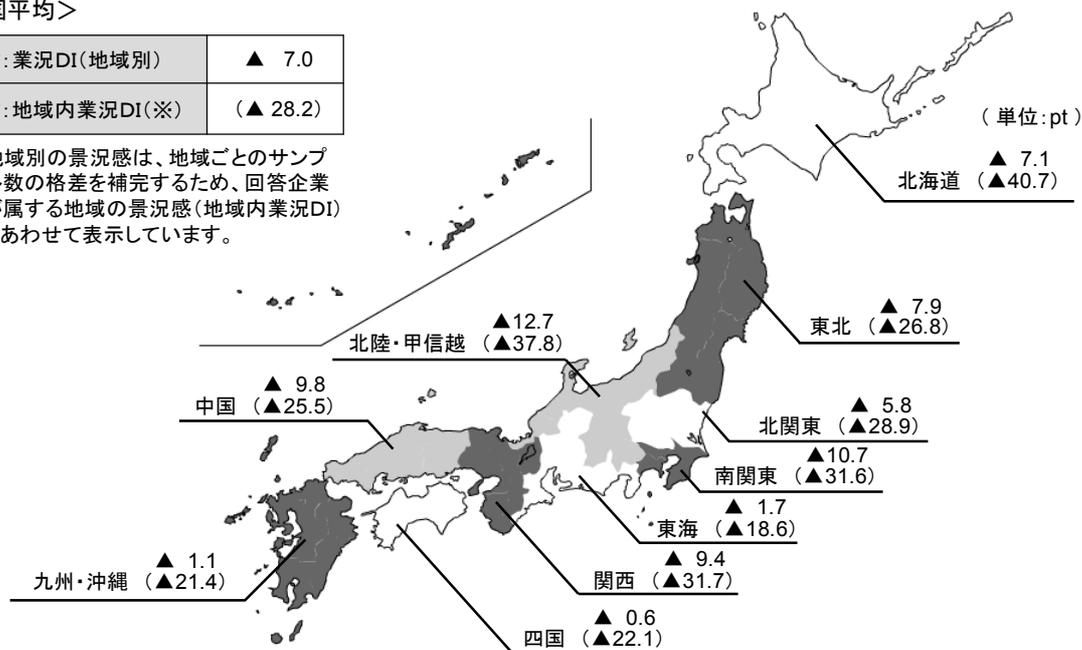
#### (3) 業況DI(地域別)と地域内業況DI

- ・「業況DI(地域別)」は、「四国」が▲0.6ptと最も高く、「北陸・甲信越」が▲12.7ptと最も低くなりました。
- ・「地域内業況DI(回答企業が属する地域の景況感)」は、全国平均で▲28.2ptとなりました。なお、地域別では「東海」が▲18.6ptと最も高く、「北海道」が▲40.7ptと最も低い結果となりました。

#### <全国平均>

上段: 業況DI(地域別)	▲ 7.0
下段: 地域内業況DI(※)	(▲ 28.2)

(※) 地域別の景況感は、地域ごとのサンプル数の格差を補完するため、回答企業が属する地域の景況感(地域内業況DI)をあわせて表示しています。



※DIとは、Diffusion Index(ディフュージョン・インデックス)の略で、好転(増加・上昇)したとする回答割合から、悪化(減少・低下)したとする回答割合を差し引いた値です。好転と悪化の割合が等しい場合、0となります。

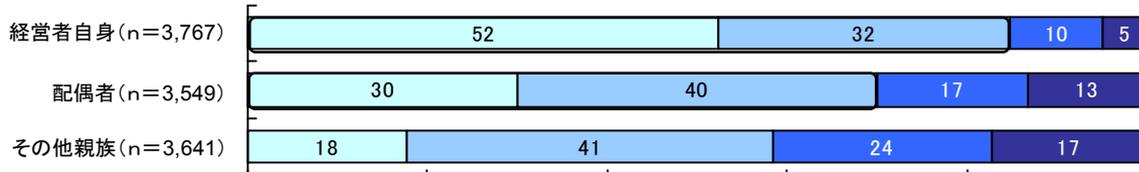
$$DI = (\text{増加・好転などの回答割合}) - (\text{減少・悪化などの回答割合})$$

## 2. 個別テーマ(中小企業における介護の影響)

Q1:ご自身や配偶者、親族がそれぞれ介護を必要とする状態となった場合、事業の継続に影響はありますか？

- ・経営者自身に介護が必要となった場合、事業継続に影響がある(「大いに影響する」と「ある程度影響する」の合計)とする割合は、8割以上となりました。
- ・また、配偶者に介護が必要となった場合も、7割の経営者が事業継続に影響すると考えており、配偶者が企業経営の重要な役割を担っていることがうかがえます。

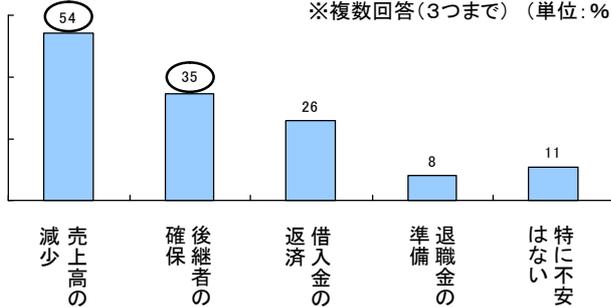
※回答数(n)には無回答を含まない □ 大いに影響する □ ある程度影響する □ あまり影響はない □ 影響はない (単位:%)



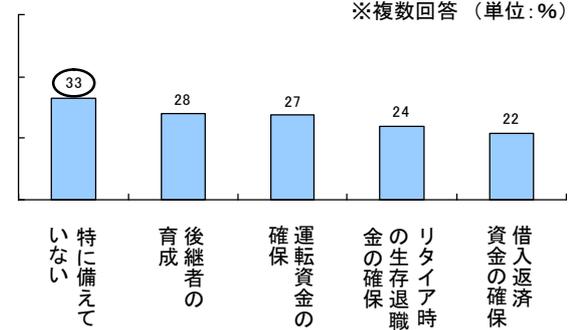
Q2:介護が必要になった場合、事業にどのような影響があると考えますか？  
また、そのためにどのような備えをされていますか？

- ・「売上高の減少」への影響が半数以上と最も多く、次いで「後継者の確保」となりました(下図①)。
- ・介護への備えについては、「後継者の育成」や「運転資金の確保」に取り組む一方、3割以上が「特に備えていない」と回答されています(下図②)。

①事業への影響 n=3,740(無回答を除く)  
※複数回答(3つまで) (単位:%)



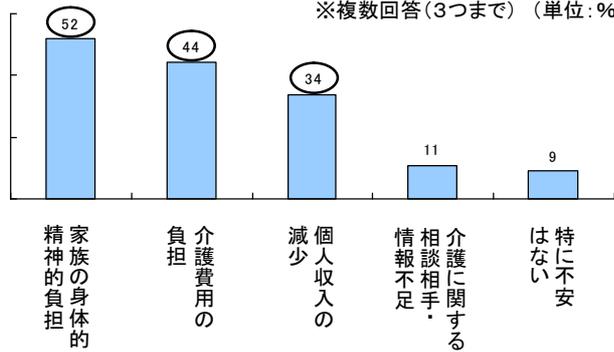
②介護への備え n=3,697(無回答を除く)  
※複数回答 (単位:%)



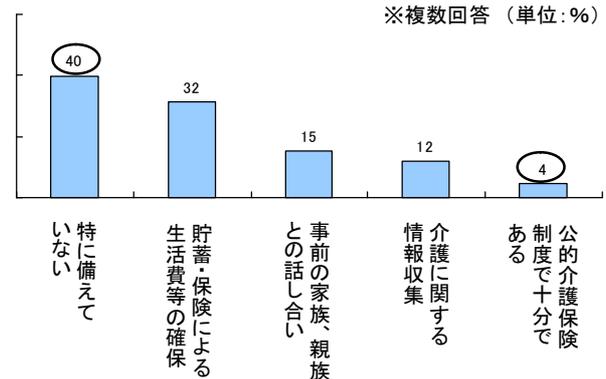
Q3:介護が必要になった場合、どのような点に不安を感じますか(経営者自身・ご家族の生活面)？  
また、そのためにどのような備えをされていますか？

- ・「家族の身体的・精神的負担」に不安を感じる方が最も多く、次いで「介護費用の負担」や「個人収入の減少」など金銭面への不安が多くなっています(下図①)。
- ・介護への備えについては、4割の経営者が「特に備えていない」と回答されています。また、「公的介護保険制度で十分」と考える経営者は4%にとどまっています(下図②)。

①個人の生活への不安 n=3,735(無回答を除く)  
※複数回答(3つまで) (単位:%)



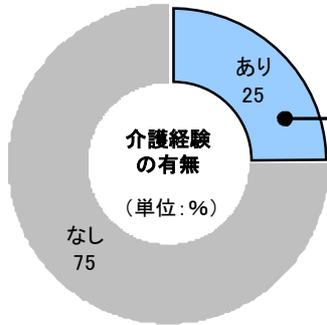
②介護への備え n=3,657(無回答を除く)  
※複数回答 (単位:%)



**Q4: これまでに介護の経験がありますか？**

- ・回答いただいた経営者の4人に1人が介護を経験されています。
- ・介護経験者は「精神的負担」「時間的拘束」「想定以上の出費」などに苦労されています。「家族との事前の話し合い」や「民間の介護保険への加入」が備えとして有効との声が多くなっています。

n=3,686(無回答を除く)



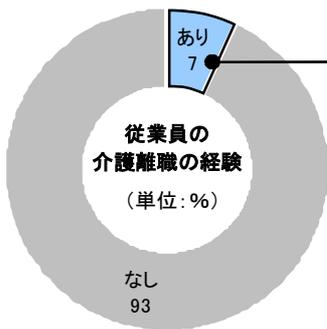
<介護経験者の声>

- 苦労したこと**
- ・介護費用に備えていなかったので出費がかさんだ。また、介護の終わりが見えず、精神的負担も大きかった。(中国/サービス業)
  - ・介護に割く時間が長かったため、事業との両立が困難だった。(北陸・甲信越/建設業)
  - ・前社長が介護が必要な状態になったとき、何も備えていなかったため、売上が減少した。(南関東/製造業)
- 備えとして有効だったこと**
- ・介護が必要となる前に、介護に関する希望を本人と話し合えたことが役立った。(北海道/小売業)
  - ・民間の介護保険の給付金により、費用を気にすることなくデイサービスを活用できた。(関西/製造業)
  - ・介護に関する相談相手がいたことで、必要な情報をすぐに取得できた。(東海/小売業)

**Q5: これまでに従業員の介護離職を経験されたことはありますか？  
また、従業員の介護離職への対策として、検討されていることはありますか？**

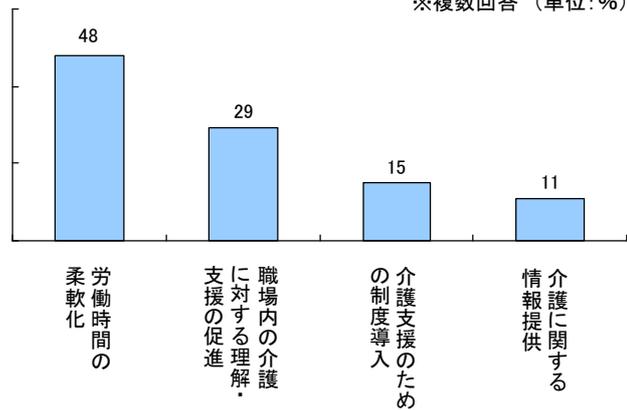
- ・「従業員の介護離職を経験したことがある」と回答された経営者は、1割未満と少数です。
- ・従業員の介護離職への対策として、「労働時間の柔軟化」や「職場内の介護に関する情報提供」を検討されています。

n=3,725(無回答を除く)



○検討している従業員の介護離職への対策

n=253(無回答を除く)  
※複数回答 (単位: %)



---

**中小企業調査**  
**『大同生命サーベイ』**  
**半期レポート**

---

－ 平成27年2～9月度調査 －

平成27年11月

## はじめに

当社は、中小企業の景況感や経営課題の解決に向けたお取り組みなどに関するアンケート調査『大同生命サーベイ』を毎月実施し、調査結果を「月次レポート」としてお届けしています。

この「半期レポート」は、月次レポートの分析を深めたものであり、より多くの方々に調査結果をお役立ていただくことを目的に作成しております。

大同生命はこれからも、「中小企業とともに歩む」という“想い”をより多くの方々に伝えし、ニッポンの未来をつくる中小企業の永続的発展をご支援できるよう取り組んでまいります。

## 本レポートのサマリー

- 多くの経営者が、「人材確保・育成」「事業承継」「販路開拓」を重要な経営課題と認識。
- 人材確保・育成においては、約4割の企業で従業員の不足感が生じており、従業員の負担の増加や需要に十分対応できないことなどを懸念されている。
- 事業承継では、6割以上の企業が事業承継を希望。3割の企業はまだ事業承継を考えていない。
- 販路開拓に向け、5割以上の企業がニーズへの柔軟な対応、商品・サービスの品質向上などに取り組んでいる。新規顧客が増加している企業ではITの活用など、新たな取組みに積極的な傾向。

## 目次

調査概要.....	2
<b>第1章 特集:中小企業の経営課題</b> .....	3
1-1 総論 経営課題 .....	3
1-2 各論 人材確保・育成 .....	8
1-3 各論 事業承継 .....	11
1-4 各論 販路開拓 .....	14
<b>第2章 個別トピックス</b> .....	18
2-1 個人保証 .....	18
2-2 マイナンバー .....	22
<b>参考:調査概要(回答企業の属性)</b> .....	25

## 調査概要

- 調査方法 当社営業職員が訪問により調査
- 調査対象 企業経営者（約 8 割が当社ご契約企業）
- 調査エリア 首都圏・東海地区・近畿地区

首都圏 : 東京都、神奈川県、埼玉県、千葉県、山梨県  
東海地区 : 愛知県、岐阜県、静岡県、三重県  
近畿地区 : 大阪府、京都府、兵庫県、滋賀県、和歌山県、奈良県

- 調査期間 平成 27 年 2～9 月

- 各月の調査テーマ

2 月度 : 経営課題      3 月度 : 人材確保・育成      4 月度 : 税制改正  
5 月度 : 事業承継      6 月度 : 個人保証              7 月度 : マイナンバー  
8 月度 : 販路開拓      9 月度 : I T ・ データ活用

- 回答企業数（従業員規模別）

	2 月	3 月	4 月	5 月	6 月	7 月	8 月	9 月
回答企業数	1,046	998	861	846	777	672	694	707
5 人以下	431	378	330	324	298	261	251	270
6～10 人	275	251	222	202	193	166	179	194
11～20 人	232	205	170	179	161	145	148	138
21 人以上	102	110	100	95	89	72	81	88
無回答	6	54	39	46	36	28	35	17

※当資料で使用する占率（％）等は、小数点第 2 位を四捨五入した値を使用しています。  
※本調査は、当社ご契約企業を中心に実施しており、各調査結果に若干の偏りが生じる場合があります。

－ ご利用に際して －

- ・本資料は、「大同生命サーベイ」の調査結果の開示を目的としており、当社の統一した見解を示すものではありません。
- ・本資料は著作物であり、著作権法に基づき保護されています。引用する際は、「出所:大同生命サーベイ(発行時期)」と明記ください。
- ・本資料に基づくお客さまの決定、行為、およびその結果について、当社は一切の責任を負いません。
- ・本資料は、生命保険契約の募集を目的としたものではありません。

# 第1章 特集：中小企業の経営課題

## 1-1 総論 経営課題

### <ポイント>

- 過去1年間で行った取組み・今後取組む必要性が高いと思う経営課題ともに、「新規顧客の開拓」が最も多い。また、業況が良い企業ほど、「人材確保・育成」や「新事業・イノベーション」等に積極的に取組む傾向
- 今後取組む必要性が高いと思う経営課題として、「従業員の教育・訓練」「新規従業員の採用」「後継者の育成」等をあげる企業も多く、人材の確保・育成や事業承継に関する取組み意欲が高い

### ①過去1年間で行った主な取組み

過去1年間で行った主な取組みについては、「新規顧客の開拓」の割合が40.4%と最も高く、次いで、「新製品・サービスの開発(19.5%)」、「設備投資(19.2%)」となっている。

業種別について見ると、建設業における「従業員の教育・訓練(20.5%)」、製造業における「生産効率の改善(26.5%)」「新製品・サービスの開発(28.6%)」「設備投資(27.7%)」、卸売業における「販売価格の見直し(21.1%)」「新規顧客の開拓(46.9%)」、小売業における「販売価格の見直し(21.5%)」「新規顧客の開拓(47.3%)」等で、全体の傾向よりも5ポイント以上割合が高くなっている。(全体とのポイント数の開きの多い順に記載)

図表1 過去1年間に行った取組み(業種別)

(上段:社、下段:%)

	計	I 販路開拓			II 人材確保・育成				III 事業承継		IV 新事業・イノベーション				V その他				特 に 取 組 み は し な い	そ の 他
		拓 新 規 顧 客 の 開	直 販 売 価 格 の 見	海 外 進 出	育 従 業 員 の 教 訓	採 用 規 従 業 員 の	し 人 件 費 の 見 直	直 福 利 厚 生 の 見	後 継 者 の 育 成	事 業 承 継	進 出 規 事 業 へ の	ビ 新 製 品 の 開 発	設 備 投 資	善 生 産 効 率 の 改	化 IT の 活 用 強	費 仕 入 の 見 直 し 材 料	ロ キ ー の 改 善	直 借 入 条 件 の 見		
全体	968	391	134	25	146	146	113	66	55	74	79	189	186	154	59	142	89	51	42	6
	100.0	40.4	13.8	2.6	15.1	15.1	11.7	6.8	5.7	7.6	8.2	19.5	19.2	15.9	6.1	14.7	9.2	5.3	4.3	0.6
建設業	195	68	19	0	40	35	28	21	14	21	16	11	24	38	10	33	20	13	12	1
	100.0	34.9	9.7	0.0	20.5	17.9	14.4	10.8	7.2	10.8	8.2	5.6	12.3	19.5	5.1	16.9	10.3	6.7	6.2	0.5
製造業	238	99	26	16	25	39	22	12	15	15	10	68	66	63	9	32	18	11	5	0
	100.0	41.6	10.9	6.7	10.5	16.4	9.2	5.0	6.3	6.3	4.2	28.6	27.7	26.5	3.8	13.4	7.6	4.6	2.1	0.0
卸売業	128	60	27	3	13	17	12	4	6	12	11	31	18	13	9	22	13	7	6	0
	100.0	46.9	21.1	2.3	10.2	13.3	9.4	3.1	4.7	9.4	8.6	24.2	14.1	10.2	7.0	17.2	10.2	5.5	4.7	0.0
小売業	93	44	20	1	12	6	12	6	5	2	9	21	14	6	11	19	4	5	3	0
	100.0	47.3	21.5	1.1	12.9	6.5	12.9	6.5	5.4	2.2	9.7	22.6	15.1	6.5	11.8	20.4	4.3	5.4	3.2	0.0
不動産・物 品賃貸業	69	20	6	1	7	6	3	0	4	11	8	5	20	1	5	5	8	6	4	3
	100.0	29.0	8.7	1.4	10.1	8.7	4.3	0.0	5.8	15.9	11.6	7.2	29.0	1.4	7.2	7.2	11.6	8.7	5.8	4.3
その他サー ビス業	75	36	9	0	17	13	13	5	3	6	11	19	11	11	1	12	6	3	3	1
	100.0	48.0	12.0	0.0	22.7	17.3	17.3	6.7	4.0	8.0	14.7	25.3	14.7	14.7	1.3	16.0	8.0	4.0	4.0	1.3

注) 無回答除く

注) 業種別の内訳には、一定の回答数があった業種のみを掲載

自社の業況別に見ると、「良い」における「生産効率の改善 (22.4%)」「福利厚生の見直し (12.9%)」、「キャッシュフローの改善 (15.3%)」、「やや良い」における「新規従業員の採用 (21.8%)」、「悪い」における「人件費の見直し (24.6%)」「新規顧客の開拓 (47.8%)」「販売価格の見直し (20.3%)」等で、全体の傾向よりも5ポイント以上割合が高くなっている。(全体とのポイント数の開きの多い順に記載)

また、業況が良い企業ほど、「新規従業員の採用」「福利厚生の見直し」などの「Ⅱ 人材確保・育成」や、「設備投資」「生産効率の改善」などの「Ⅳ 新事業・イノベーション」、「キャッシュフローの改善」等に取り組む傾向がある。一方で、業況が悪い企業ほど、「販売価格の見直し」「人件費の見直し」などによる経営改善を図ろうとする傾向がある。

図表 2 過去1年間に行った取組み (自社の業況別)

(上段:社、下段:%)

業況別	計	Ⅰ 販路開拓			Ⅱ 人材確保・育成				Ⅲ 事業承継		Ⅳ 新事業・イノベーション				Ⅴ その他				特 に 取 組 み は し な い	そ の 他
		新 規 顧 客 の 開 拓	直 販 売 価 格 の 見 直し	海 外 進 出	育 従 業 員 の 教 練	採 用 規 従 業 員 の	し 人 件 費 の 見 直し	直 福 利 厚 生 の 見	後 継 者 の 育 成	事 業 承 継	進 規 規 事 業 へ の	新 規 事 業 の 開 発	新 製 品 ・ サ ー ビス	設 備 投 資	善 生 産 効 率 の 改	化 I T の 活 用 強	費 仕 入 の 見 直 し 原 材 料	ロ キ ッ カ の 改 善		
全体	968	391	134	25	146	146	113	66	55	74	79	189	186	154	59	142	89	51	42	6
	100.0	40.4	13.8	2.6	15.1	15.1	11.7	6.8	5.7	7.6	8.2	19.5	19.2	15.9	6.1	14.7	9.2	5.3	4.3	0.6
良い	85	38	8	3	10	17	6	11	5	4	4	18	17	19	8	12	13	8	2	1
	100.0	44.7	9.4	3.5	11.8	20.0	7.1	12.9	5.9	4.7	4.7	21.2	20.0	22.4	9.4	14.1	15.3	9.4	2.4	1.2
やや良い	197	82	24	5	38	43	13	16	8	19	17	31	40	38	16	26	18	8	6	1
	100.0	41.6	12.2	2.5	19.3	21.8	6.6	8.1	4.1	9.6	8.6	15.7	20.3	19.3	8.1	13.2	9.1	4.1	3.0	0.5
普通	379	134	47	10	60	56	38	24	17	32	37	76	75	63	21	48	33	19	21	1
	100.0	35.4	12.4	2.6	15.8	14.8	10.0	6.3	4.5	8.4	9.8	20.1	19.8	16.6	5.5	12.7	8.7	5.0	5.5	0.3
やや悪い	237	103	41	3	29	22	39	13	20	15	15	52	43	29	9	46	21	10	9	3
	100.0	43.5	17.3	1.3	12.2	9.3	16.5	5.5	8.4	6.3	6.3	21.9	18.1	12.2	3.8	19.4	8.9	4.2	3.8	1.3
悪い	69	33	14	4	9	8	17	2	5	4	6	12	11	5	5	10	3	6	4	0
	100.0	47.8	20.3	5.8	13.0	11.6	24.6	2.9	7.2	5.8	8.7	17.4	15.9	7.2	7.2	14.5	4.3	8.7	5.8	0.0

※□ (赤枠) : 業況が良い企業の特徴

※□ (青枠) : 業況が悪い企業の特徴

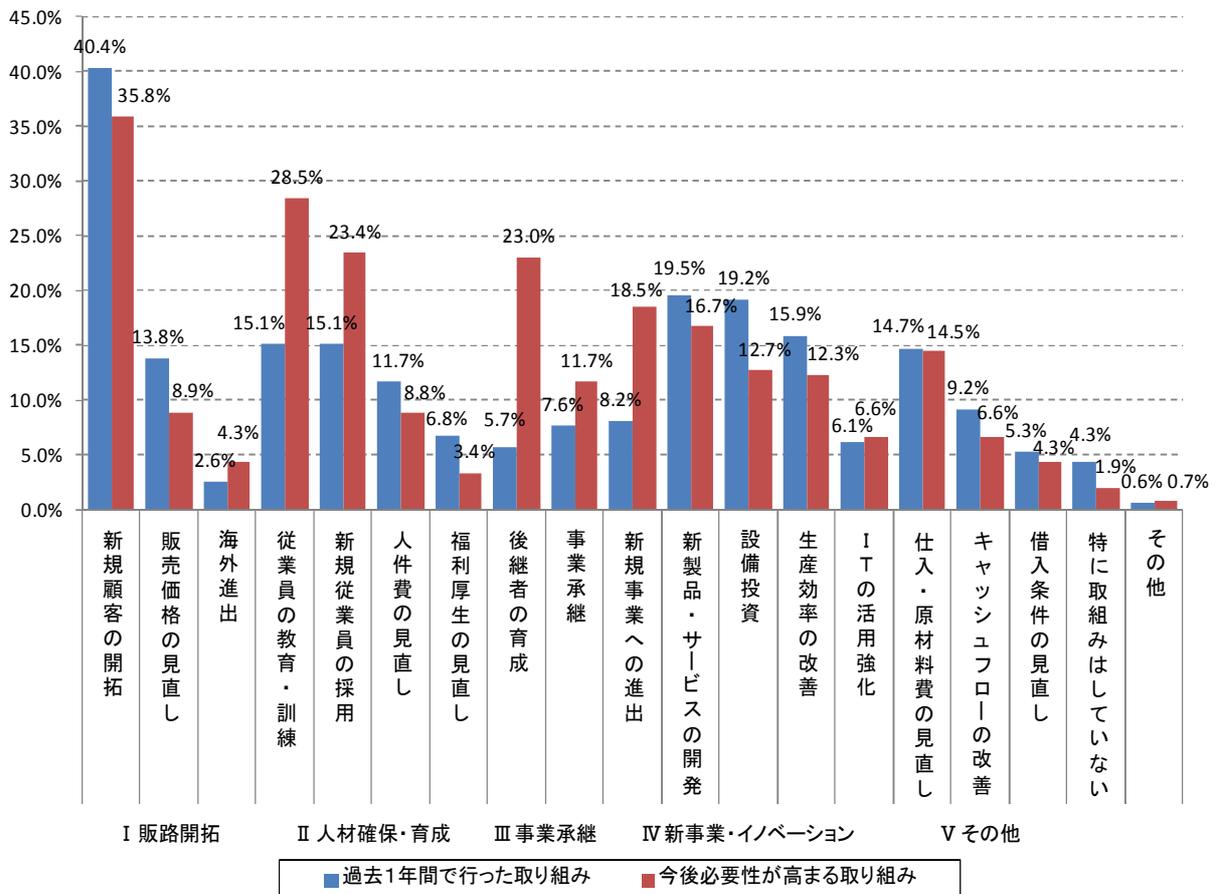
注) 無回答除く

## ②今後取組む必要性が高いと思う経営課題

今後取組む必要性が高いと思う経営課題では、「新規顧客の開拓」の割合が35.8%と最も高く、次いで、「従業員の教育・訓練（28.5%）」、「新規従業員の採用（23.4%）」「後継者の育成（23.0%）」となっている。

過去1年間に行った取組みと比較すると、「従業員の教育・訓練」「新規従業員の採用」といった人材確保・育成面での取組みや、「後継者の育成」「新規事業への進出」などについて、今後の取組み意欲との差が大きくなっている。

図表 3 過去1年間に行った取組み・今後取組む必要性が高いと思う経営課題



注) 無回答除く

今後取組む必要性が高いと思う経営課題について業種別に見ると、建設業における、「新規従業員の採用（34.3%）」「従業員の教育・訓練（35.9%）」、製造業における「生産効率の改善（21.8%）」「設備投資（20.1%）」「新製品・サービスの開発（23.8%）」、卸売業における「新製品・サービスの開発（24.2%）」、小売業における「仕入・原材料費の見直し（21.7%）」「販売価格の見直し（15.2%）」「ITの活用強化（12.0%）」、不動産・物品賃貸業における「新規事業への進出（29.6%）」「設備投資（22.5%）」等で、全体の傾向よりも5ポイント以上割合が高くなっている。（全体とのポイント数の開きの多い順に記載）

図表 4 今後取組む必要性が高いと思う経営課題（業種別）

（上段：社、下段：%）

	計	I 販路開拓			II 人材確保・育成				III 事業承継		IV 新事業・イノベーション					V その他				特 に 取 組 み は し な い	そ の 他
		拓 新 規 顧 客 の 開	直 販 売 価 格 の 見	海 外 進 出	育 従 業 員 の 教 練	採 用 規 従 業 員 の	し 人 件 費 の 見 直	直 福 利 厚 生 の 見	後 継 者 の 育 成	事 業 承 継	進 出 規 事 業 へ の	新 規 事 業 の 開 発	新 製 品 ・ サ ー ビ ス の 開 発	設 備 投 資	善 生 産 効 率 の 改	化 I T の 活 用 強	費 仕 入 の 見 直 し	仕 入 ・ 原 材 料	ロ ー の 改 善		
全体	977	350	87	42	278	229	86	33	225	114	181	163	124	120	64	142	64	42	19	7	
	100.0	35.8	8.9	4.3	28.5	23.4	8.8	3.4	23.0	11.7	18.5	16.7	12.7	12.3	6.6	14.5	6.6	4.3	1.9	0.7	
建設業	198	65	16	2	71	68	26	10	55	22	35	9	15	24	9	35	8	7	7	1	
	100.0	32.8	8.1	1.0	35.9	34.3	13.1	5.1	27.8	11.1	17.7	4.5	7.6	12.1	4.5	17.7	4.0	3.5	3.5	0.5	
製造業	239	76	20	15	55	46	13	5	55	37	35	57	48	52	10	36	14	9	3	2	
	100.0	31.8	8.4	6.3	23.0	19.2	5.4	2.1	23.0	15.5	14.6	23.8	20.1	21.8	4.2	15.1	5.9	3.8	1.3	0.8	
卸売業	132	50	18	8	37	32	10	5	28	18	23	32	8	10	6	19	9	7	1	2	
	100.0	37.9	13.6	6.1	28.0	24.2	7.6	3.8	21.2	13.6	17.4	24.2	6.1	7.6	4.5	14.4	6.8	5.3	0.8	1.5	
小売業	92	33	14	2	24	11	6	2	20	8	17	19	7	6	11	20	7	5	4	0	
	100.0	35.9	15.2	2.2	26.1	12.0	6.5	2.2	21.7	8.7	18.5	20.7	7.6	6.5	12.0	21.7	7.6	5.4	4.3	0.0	
不動産・物 品賃貸業	71	24	1	3	15	8	2	3	17	8	21	5	16	2	8	3	7	3	1	1	
	100.0	33.8	1.4	4.2	21.1	11.3	2.8	4.2	23.9	11.3	29.6	7.0	22.5	2.8	11.3	4.2	9.9	4.2	1.4	1.4	
その他サー ビス業	74	43	6	1	26	18	7	1	15	9	12	16	6	11	6	9	4	2	0	0	
	100.0	58.1	8.1	1.4	35.1	24.3	9.5	1.4	20.3	12.2	16.2	21.6	8.1	14.9	8.1	12.2	5.4	2.7	0.0	0.0	

注) 無回答除く

注) 業種別の内訳には、一定の回答数があった業種のみを掲載

自社の業況別に見ると、「良い」における「新規従業員の採用（32.9%）」「新規事業への進出（23.5%）」、「やや良い」における「従業員の教育・訓練（38.4%）」「新規従業員の採用（29.8%）」、「悪い」における「新規顧客の開拓（49.3%）」「借入条件の見直し（9.3%）」等で、全体の傾向よりも5ポイント以上割合が高くなっている。（全体とのポイント数の開きの多い順に記載）

また、業況が良い企業ほど、「従業員の教育・訓練」「新規従業員の採用」など「Ⅱ 人材確保・育成」に対する必要性を認識している。一方で、業況が悪い企業ほど、「新規顧客の開拓」「借入条件の見直し」などによる経営改善を図ろうとする傾向がある。

図表 5 今後取組む必要性が高いと思う経営課題（自社の業況別）

（上段：社、下段：％）

	計	Ⅰ 販路開拓			Ⅱ 人材確保・育成				Ⅲ 事業承継		Ⅳ 新事業・イノベーション				Ⅴ その他				特 に 取 組 み は し な い	そ の 他			
		新 規 顧 客 の 開 拓	直 売 価 格 の 見 直し	販 売 外 進 出	海 外 進 出	育 成 訓 練	従 業 員 の 教 育	採 用 規 定	新 規 従 業 員 の 採 用	人 件 費 の 見 直 し	福 利 厚 生 の 見 直し	後 継 者 の 育 成	事 業 承 継	進 出 規 模	新 規 事 業 へ の 開 拓	新 製 品 ・ サ ー ビス の 開 発	設 備 投 資	善 利 生 産 効 率 の 改 善			化 工 業 の 活 用 強 化	I T の 活 用 強 化	費 用 の 見 直 し
全体	977	350	87	42	278	229	86	33	225	114	181	163	124	120	64	142	64	42	19	7			
	100.0	35.8	8.9	4.3	28.5	23.4	8.8	3.4	23.0	11.7	18.5	16.7	12.7	12.3	6.6	14.5	6.6	4.3	1.9	0.7			
良い	85	24	9	4	28	28	6	3	22	6	20	16	13	8	7	16	3	5	1	1			
	100.0	28.2	10.6	4.7	32.9	32.9	7.1	3.5	25.9	7.1	23.5	18.8	15.3	9.4	8.2	18.8	3.5	5.9	1.2	1.2			
やや良い	198	60	9	6	76	59	22	11	43	22	30	25	34	31	16	25	12	2	1	2			
	100.0	30.3	4.5	3.0	38.4	29.8	11.1	5.6	21.7	11.1	15.2	12.6	17.2	15.7	8.1	12.6	6.1	1.0	0.5	1.0			
普通	380	137	32	16	107	94	25	11	94	51	72	65	39	45	22	54	19	11	6	2			
	100.0	36.1	8.4	4.2	28.2	24.7	6.6	2.9	24.7	13.4	18.9	17.1	10.3	11.8	5.8	14.2	5.0	2.9	1.6	0.5			
やや悪い	238	92	28	11	49	39	23	4	52	29	48	43	30	27	14	36	23	17	7	2			
	100.0	38.7	11.8	4.6	20.6	16.4	9.7	1.7	21.8	12.2	20.2	18.1	12.6	11.3	5.9	15.1	9.7	7.1	2.9	0.8			
悪い	75	37	9	5	17	8	10	4	14	6	10	14	8	9	5	11	7	7	4	0			
	100.0	49.3	12.0	6.7	22.7	10.7	13.3	5.3	18.7	8.0	13.3	18.7	10.7	12.0	6.7	14.7	9.3	9.3	5.3	0.0			

※□（赤枠）：業況が良い企業の特徴

※□（青枠）：業況が悪い企業の特徴

注）無回答除く

## 1-2 各論 人材確保・育成

### <ポイント>

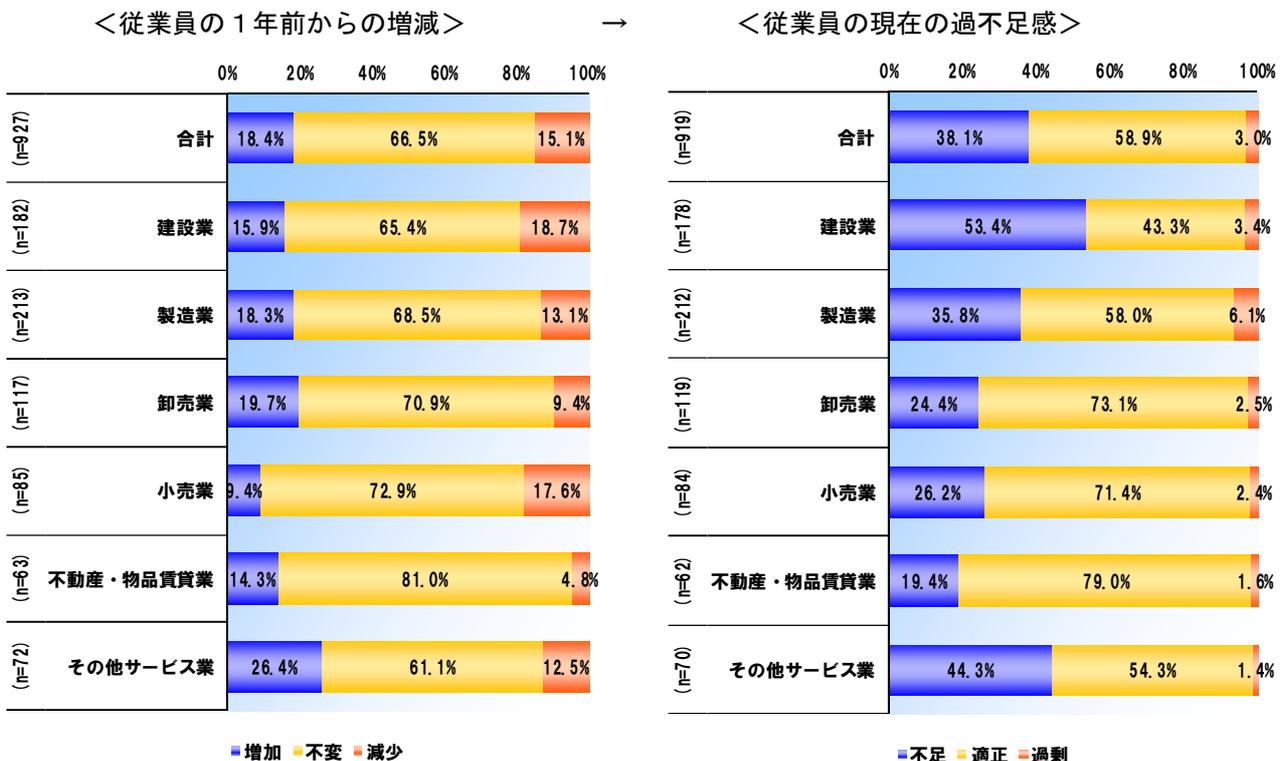
■約4割の企業で従業員の不足感が生じており、特に建設業において、従業員の不足感が顕在化。従業員の負担の増加や需要に十分対応できないことなどが懸念されている

■人材の定着・確保に向けて、「会社が求める人材が集まらない」「募集をしても応募者が十分集まらない」ことを課題と考えている企業が多い。また、従業員数5人以下の企業では、「先行き不透明で正社員採用に踏切れない」との声が多い

### ①人材の過不足

従業員の1年前からの増減（図表6、左図）については、6～8割程度の企業が「変わらない」と回答している一方で、従業員の現在の過不足感（図表6、右図）については、4割弱の企業が「不足」と回答している。特に建設業では、53.4%と半分以上の企業が「不足」と回答しており、従業員の不足感が顕在化している。

図表6 人材の過不足



注) 無回答除く

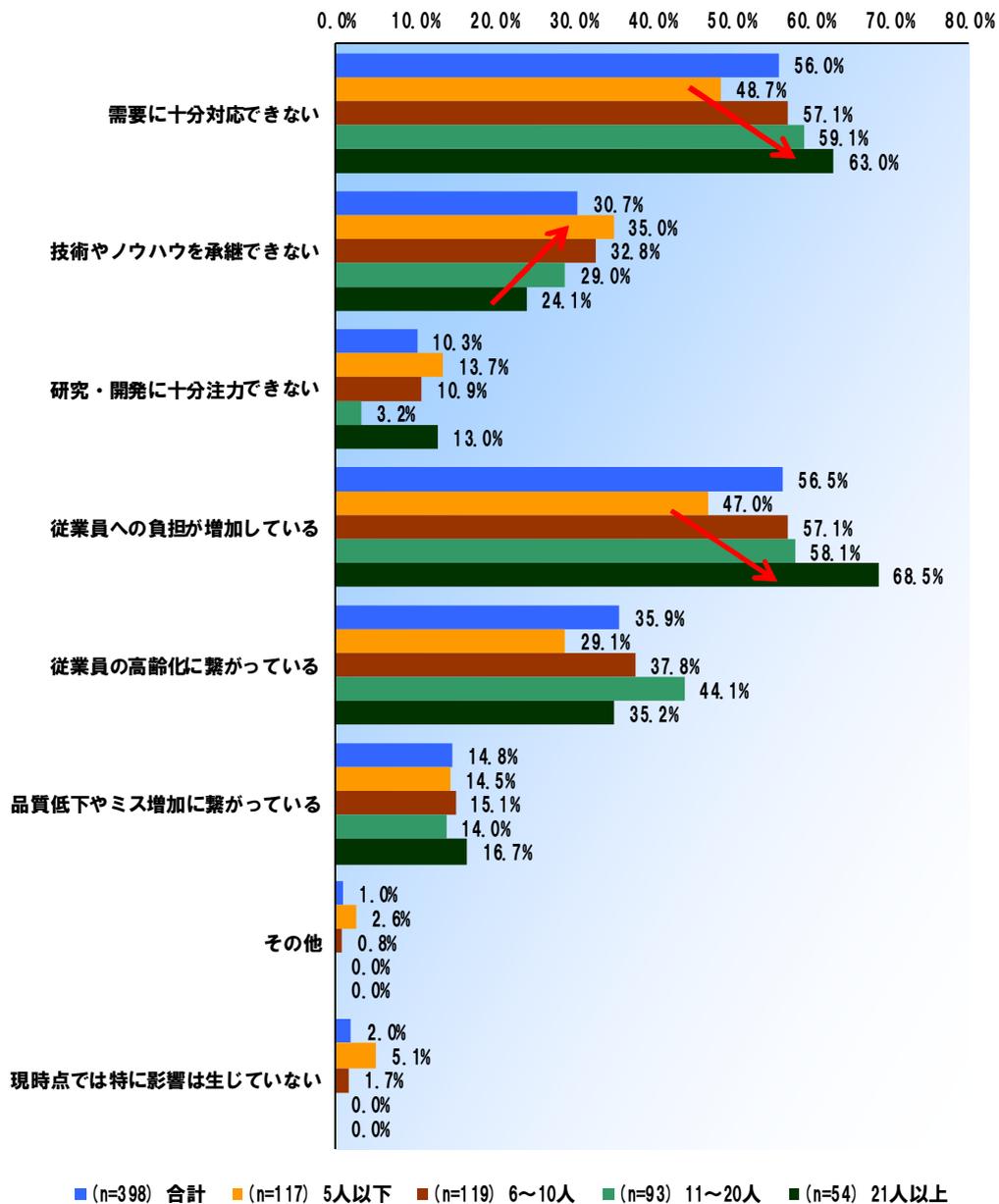
注) 業種別の内訳には、一定の回答数があった業種のみを掲載

## ②従業員の不足により生じている問題

従業員の不足により生じている問題については、「従業員への負担が増加している」の割合が 56.5%と最も高く、次いで、「需要に十分対応できない (56.0%)」、「従業員の高齢化に繋がっている (35.9%)」となっている。

従業員の規模別に見ると、従業員規模が大きい企業ほど「需要に十分対応できない」「従業員への負担が増加している」といった点を課題と考えている一方で、従業員規模が小さい企業ほど「技術やノウハウを承継できない」点を課題と考えている。

図表 7 従業員の不足により生じている問題(従業員規模別)



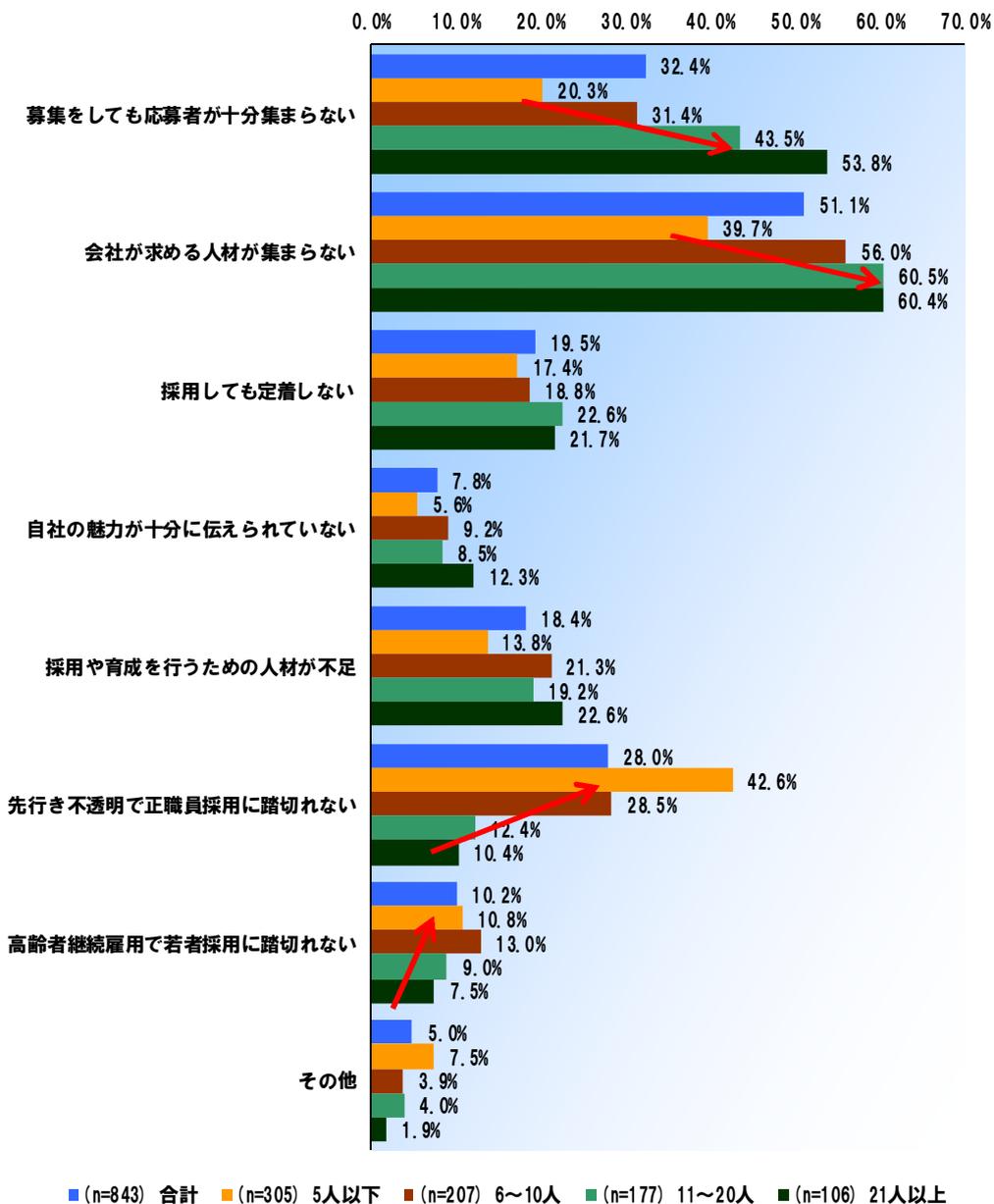
注) 無回答除く

### ③人材の定着・確保に向けての課題

人材の定着・確保に向けての課題については、「会社が求める人材が集まらない」の割合が51.1%と最も高く、次いで、「募集をしても応募者が十分集まらない(32.4%)」、「先行き不透明で正職員採用に踏切れない(28.0%)」となっている。

従業員の規模別に見ると、従業員規模が大きい企業ほど「募集をしても応募者が十分集まらない」「会社が求める人材が集まらない」といった点を問題と考えている一方で、従業員規模が小さい企業ほど「先行き不透明で正職員採用に踏切れない」「高齢者継続雇用で若者採用に踏切れない」といった点を危惧している。

図表 8 人材の定着・確保に向けての課題(従業員規模別)



注) 無回答除く

### 1-3 各論 事業承継

#### <ポイント>

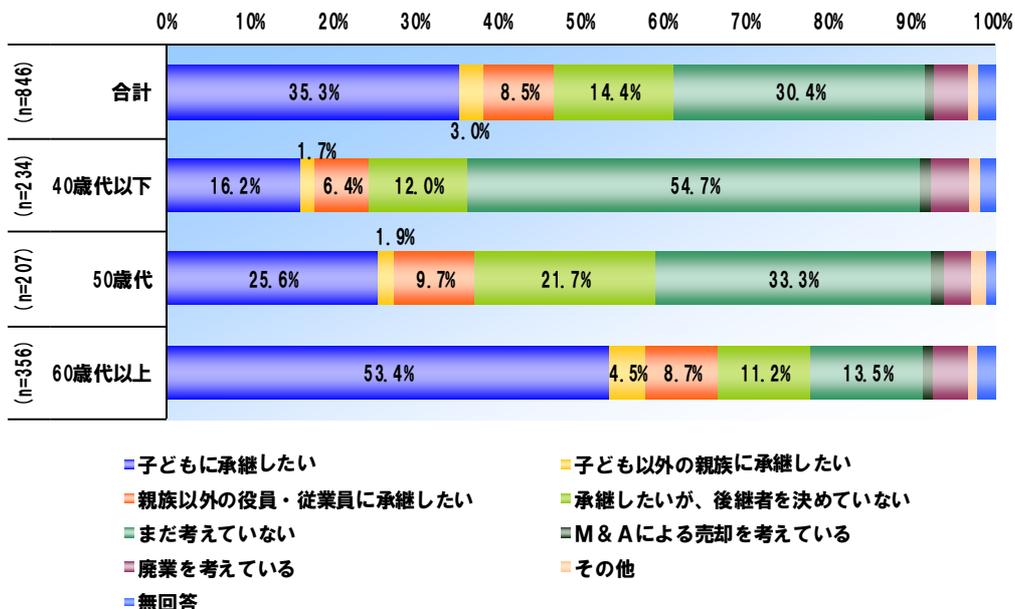
- 6割以上の企業が事業承継を希望。一方で、3割の企業はまだ事業承継を考えていない
- 事業承継の相談相手は、「税理士・公認会計士」が最も多い。しかし、若い経営者ほど身近に相談相手がいない、誰に相談したらよいか分からないと感じている可能性がある

#### ①事業承継の意向

事業承継の意向については、「子どもに承継したい」の割合が 35.3%と最も高く、次いで、「まだ考えていない (30.4%)」、「承継したいが、後継者を決めていない (14.4%)」となっている。また、6割以上の企業が事業承継を希望している<sup>1</sup>。

経営者年齢別に見ると、「40歳代以下」における「まだ考えていない (54.7%)」、「50歳代」における「承継したいが、後継者を決めていない (21.7%)」、「60歳代以上」における「子どもに承継したい (53.4%)」等で、全体の傾向よりも割合が高くなっている。

図表 9 事業承継の意向 (経営者年齢別)



<sup>1</sup> 「子どもに承継したい」「子ども以外の親族に承継したい」「親族以外の役員・従業員に承継したい」「承継したいが、後継者を決めていない」の合計

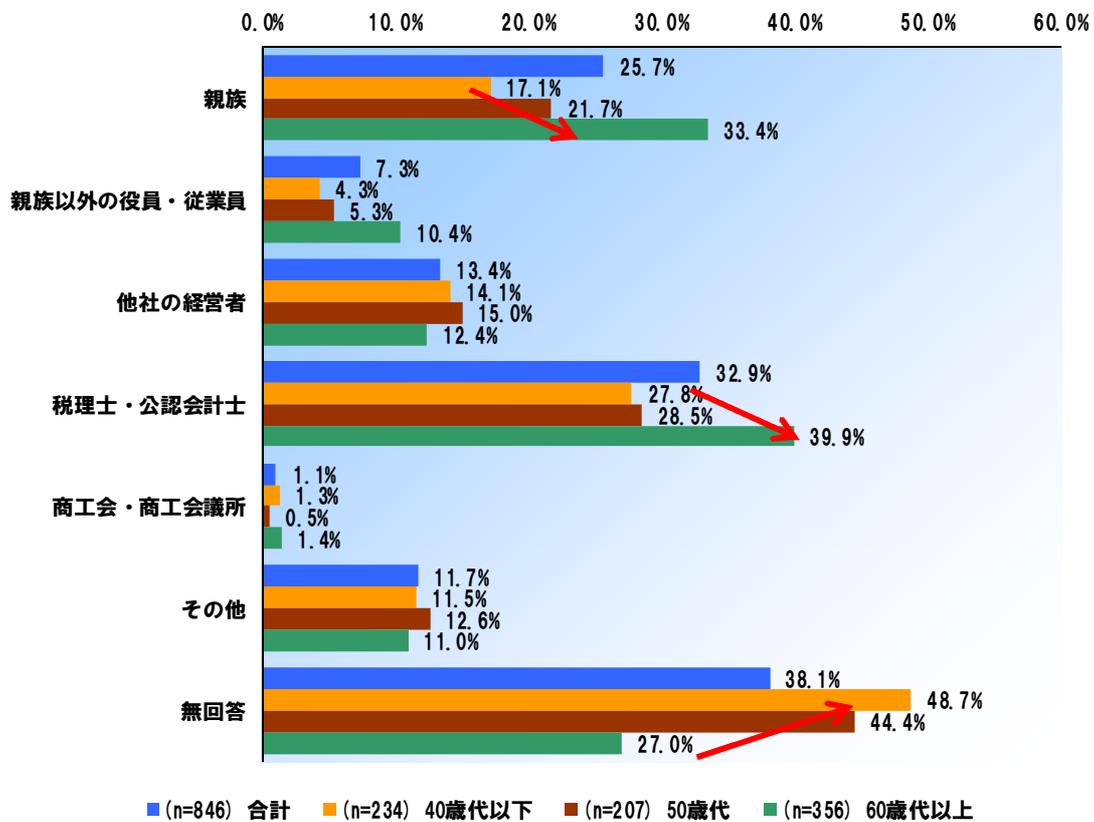
## ②事業承継の相談状況

事業承継の相談状況や相手については、「税理士・公認会計士」の割合が32.9%と最も高く、次いで、「親族（25.7%）」、「他社の経営者（13.4%）」となっている。

経営者年齢別に見ると、「60歳代以上」における「親族（33.4%）」、「税理士・公認会計士（39.9%）」で、全体の傾向よりも割合が高くなっている。

一方、「40歳代以下」「50歳代」を中心に、「無回答」とする企業の割合も高く、事業承継について、身近に相談相手がいない、誰に相談してよいか分からないと感じている経営者も少なくないと考えられる。

図表 10 事業承継の相談状況（経営者年齢別）



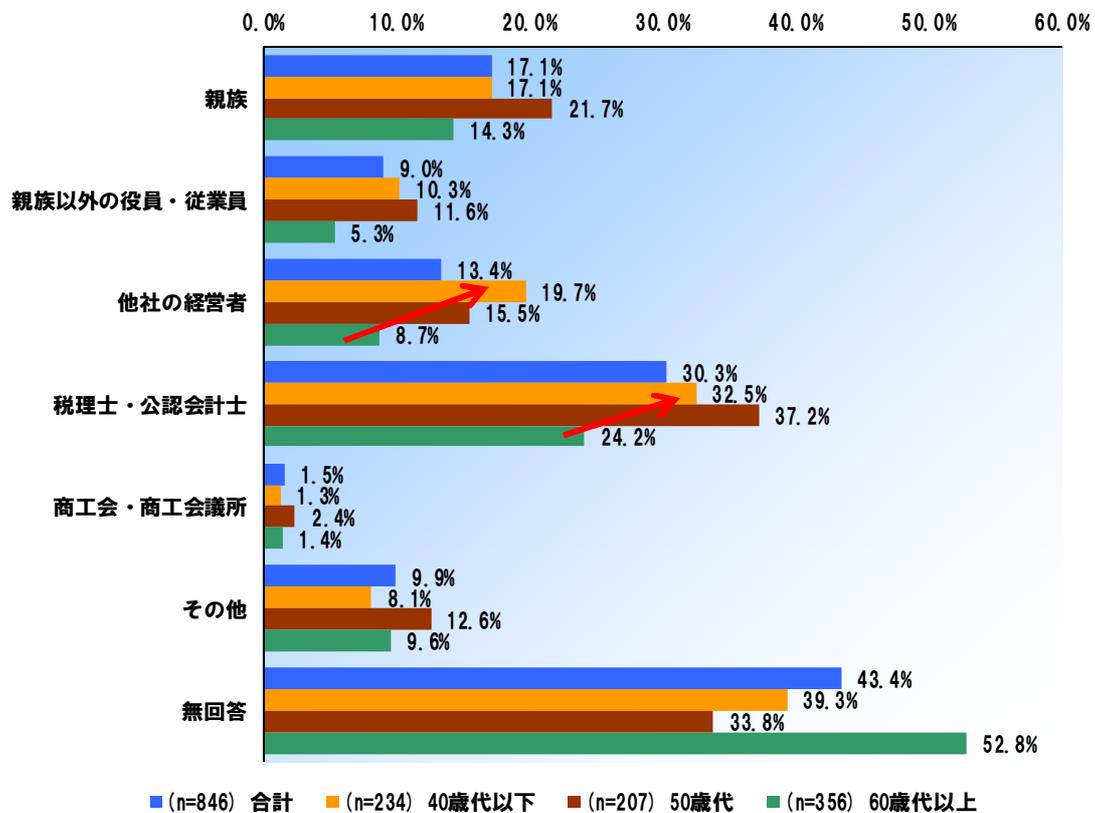
### ③事業承継の今後の相談意向

事業承継を今後相談したい相手については、「税理士・公認会計士」の割合が30.3%と最も高く、次いで、「親族（17.1%）」、「他社の経営者（13.4%）」となっている。

経営者年齢別に見ると、「50歳代」における「税理士・公認会計士（37.2%）」、「親族（21.7%）」、「40歳代以下」における「他社の経営者（19.7%）」等で、全体の傾向よりも割合が高くなっている。

若い経営者は、「税理士・公認会計士」に加え、「他社の経営者」にも相談する意向があり、税理士や公認会計士等の専門家と、企業ネットワークを複合的に活用したいという意向がうかがえる。

図表 11 事業承継の今後の相談意向（経営者年齢別）



## 1-4 各論 販路開拓

### <ポイント>

- 「販路開拓」は、今後取組む必要性が最も高い経営課題。しかし、新規顧客の開拓は難しく、売上高に占める新規顧客の割合は、「10%未満」が6割以上で、1年前と比べて新規顧客の割合が「変わらない」とする企業も5割超
- 6割の企業が「顧客ニーズに応じた柔軟な対応」、5割の企業が「商品・サービスの品質向上」による販路開拓に取り組んでおり、一定の成果を得ている。また、新規顧客が「増加」している企業は、「IT、インターネットを活用した新たな顧客の開拓」等、新たな取組みに積極的な傾向
- IT導入は、電子メールや財務・会計等の基本業務に加え、「販売促進（ホームページ等）」で進展。「在庫・受発注管理」「顧客管理（データベース等）」など、販路開拓につながるIT化への関心も高い

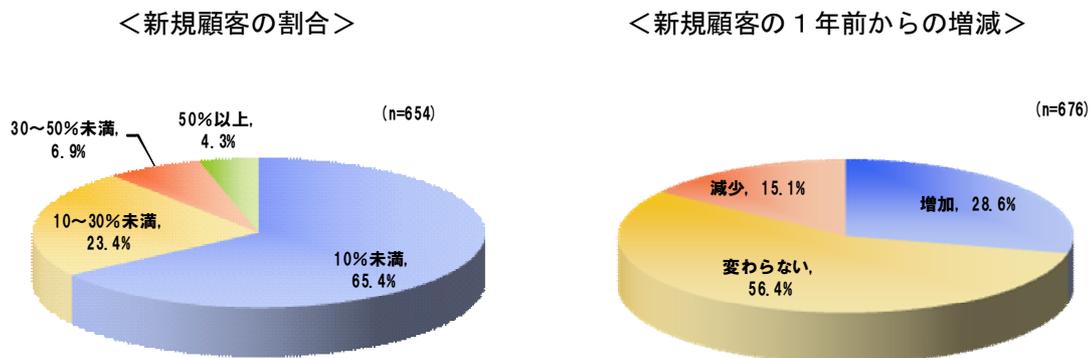
### ①販路開拓の実態

本年2月に実施した当調査において、新規顧客の開拓など「販路開拓」は、今後最も取組む必要性の高い経営課題として認識されている（p5参照）。他の公的・民間機関の調査においても、「販路開拓」は、最も重要な経営課題の一つとなっている。

しかし、売上高に占める「新規顧客の割合」をみると、「10%未満」の割合が65.4%と最も高く、次いで、「10～30%未満（23.4%）」となっている。

また、1年前と比べた「新規顧客の割合（傾向）」も、「変わらない」とする割合が56.4%と最も高くなっており、新規顧客の開拓の難しさがうかがえる。

図表 12 売上高に占める新規顧客の割合と傾向（1年前との比較）



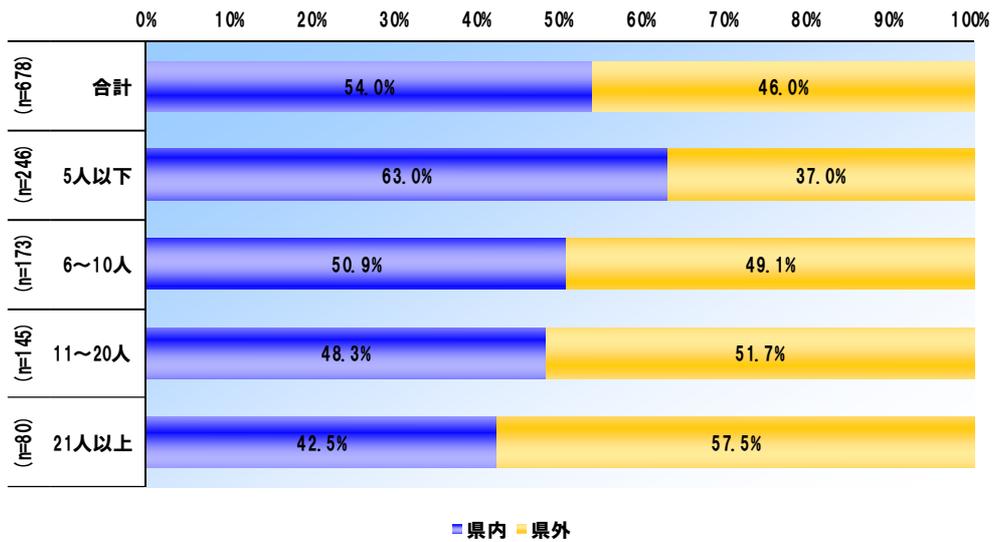
注) 無回答除く

## ②販路開拓のエリア・商圈

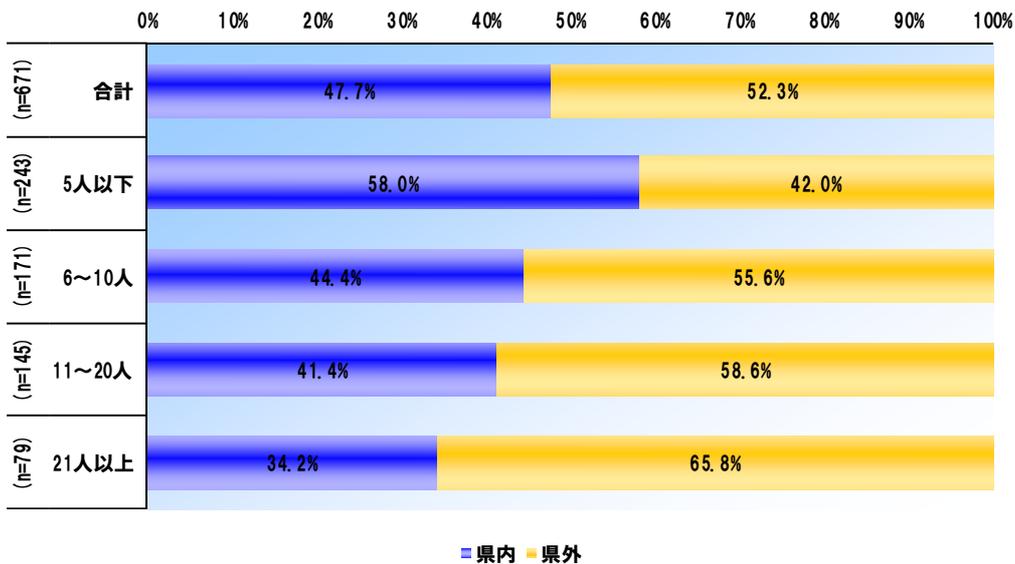
現在の主な販売・受注先についてみると、従業員規模が大きくなるほど、「県外（隣接都道府県・国内・海外）」を主な商圈とする企業の割合が高い。また、今後最も重視する市場についても、従業員規模が大きくなるほど、「県外」を重視する企業の割合が高い。

今後も、企業規模が大きくなるにつれ、商圈を同一県内・市区町村内などとする地域密着型から、県外などとする広域需要型に移行していくと考えられる。

図表 13 現在の主な販売・受注先（従業員規模別）



図表 14 今後（3年程度）、最も重視する市場（従業員規模別）



注) 無回答除く

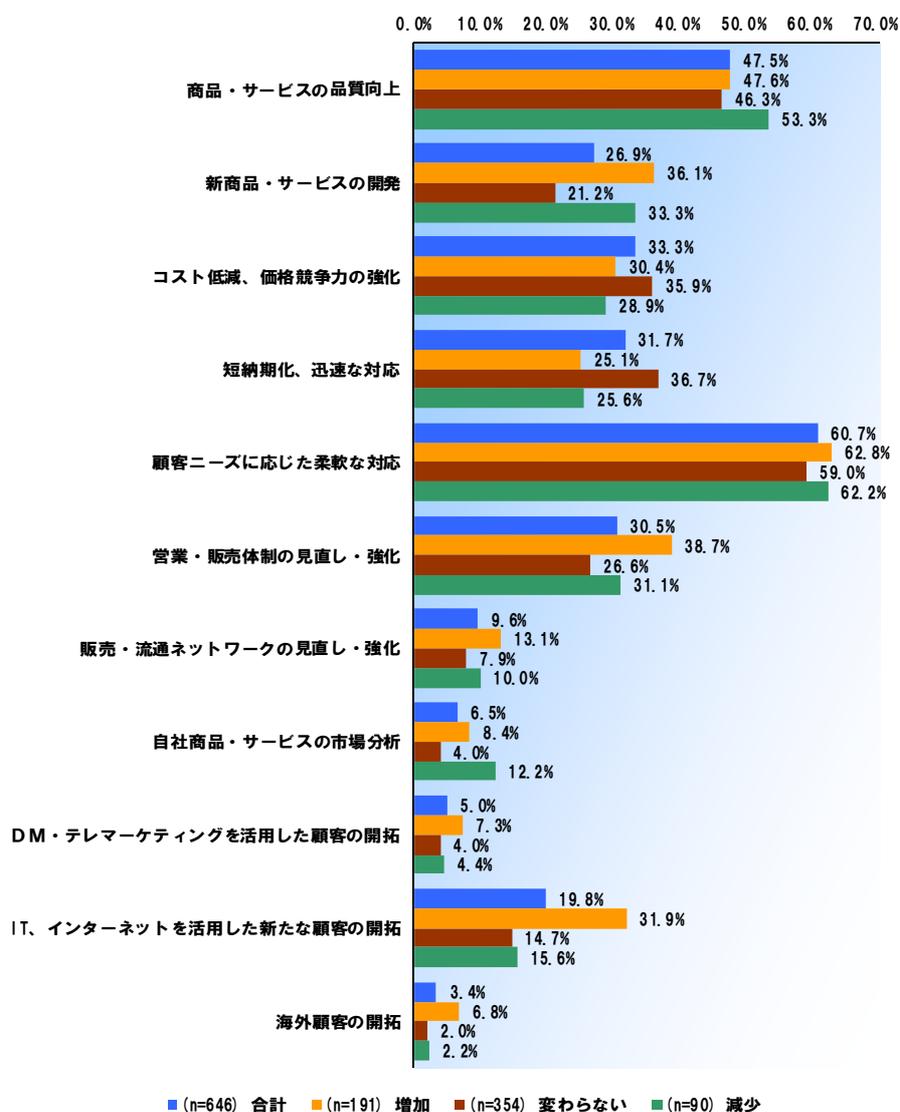
### ③販路開拓の取組み

販路開拓に向けたこれまでの取組みについては、「顧客ニーズに応じた柔軟な対応」の割合が60.7%と最も高く、次いで、「商品・サービスの品質向上（47.5%）」、「コスト低減、価格競争力の強化（33.3%）」となっている。

また、1年前と比べ、新規顧客の割合が「増加した」「変わらない」「減少した」とする傾向別にみると、「増加した」企業においては「IT、インターネットを活用した新たな顧客の開拓（31.9%）」、「新商品・サービスの開発（36.1%）」、「営業・販売体制の見直し・強化（38.7%）」等で、全体の傾向よりも割合が高くなっている。

新規顧客を開拓し、その割合を増やしている企業は、新たな取組みを進めていると考えられる。

図表 15 販路開拓に向けたこれまでの取組み  
(1年前と比べた新規顧客割合の増減傾向別)



注) 無回答除く

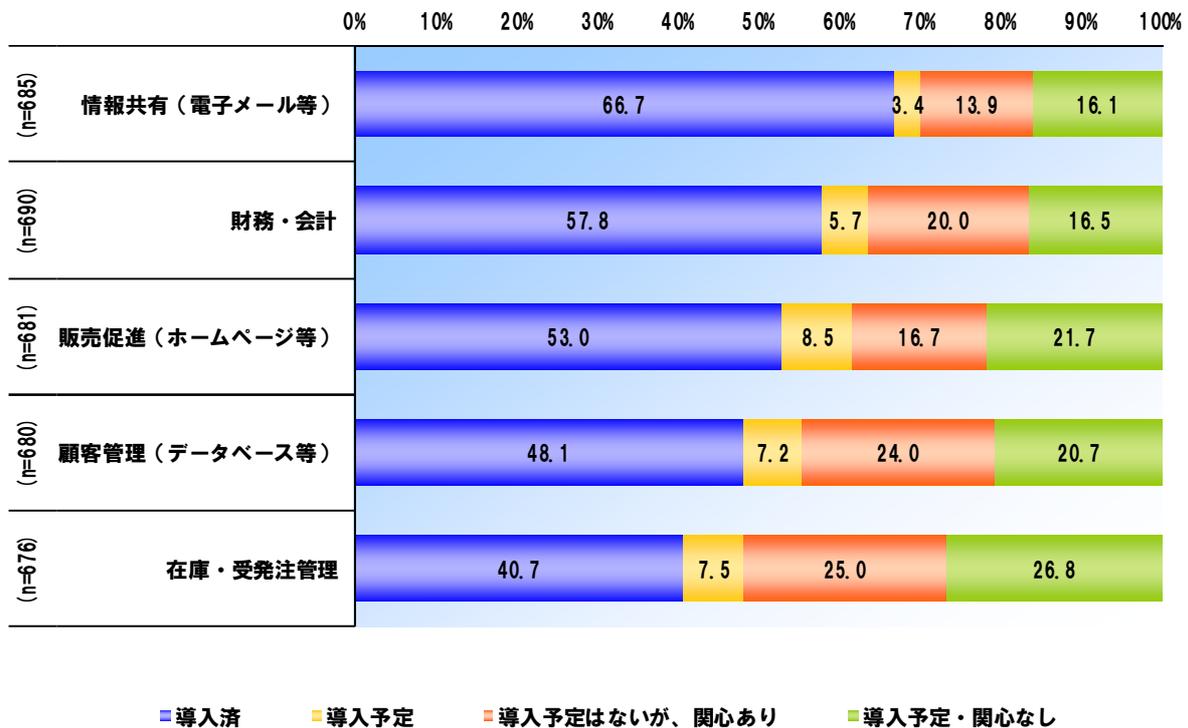
#### ④ ITを用いた販路開拓の取組み

IT導入状況を見ると、「情報共有（電子メール等）」「財務・会計」の基本業務に加え、「販売促進（ホームページ等）」で「導入済」とする企業の割合が50%を超えている。

また、「導入予定はないが、関心あり」をみると、「在庫・受発注管理」「顧客管理（データベース等）」とする割合が約25%と高くなっている。

ホームページ等に加え、在庫・受発注管理や顧客管理のためのデータベースなど、販路開拓につながるIT化への関心が高まっていると考えられる。

図表 16 IT導入の状況



注) 無回答除く

## 第2章 個別トピックス

### 2-1 個人保証

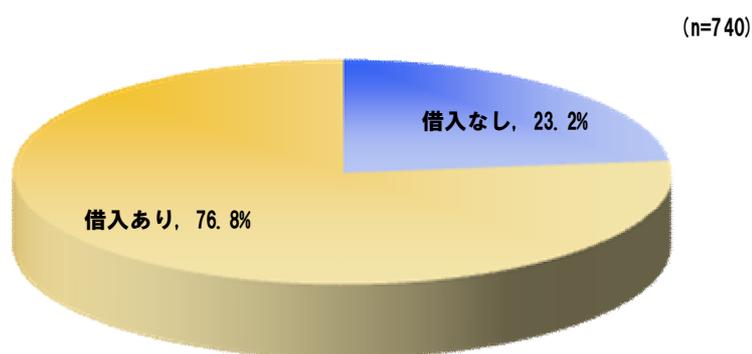
#### <ポイント>

- 金融機関からの借入を行っている企業のうち、5,000万円以上の高額な借入を行っている企業は約4割に上る。従業員数5人以下の企業においても約2割の企業が5,000万円以上の借入を行っている
- 金融機関からの借入を行っている企業では、8割以上の企業が経営者等の個人保証を提供。経営者にとって「借入」と「個人保証の提供」は不可分なものとなっていることがうかがえる
- 平成26年2月より、「経営者保証に関するガイドライン」の適用が開始されたが、ガイドラインを知らない企業も多い

#### ①金融機関からの借入の有無

金融機関からの借入の有無については、「借入なし」の割合が23.2%、「借入あり」の割合が76.8%となっており、4分の3以上の企業が金融機関からの借入を行っている。

図表 17 金融機関からの借入の有無



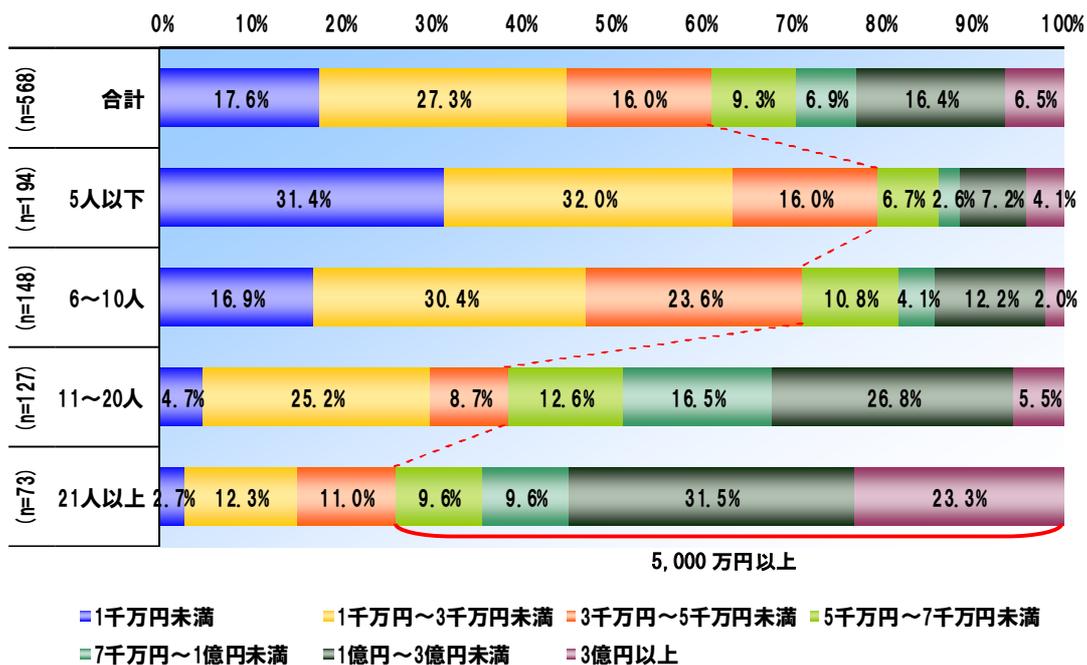
注) 無回答除く

## ②金融機関からの借入状況

金融機関からの借入を行っている企業のうち、5,000万円以上の高額な借入を行っている企業は全体の39.1%を占めている。

借入金額は、従業員規模が増えるごとに増加する傾向があり、従業員数5人以下の企業の20.6%、従業員数11～20人の企業の61.4%、従業員数21人以上の企業の74.0%が5,000万円以上の借入を行っている。

図表 18 金融機関からの借入状況（従業員規模別）



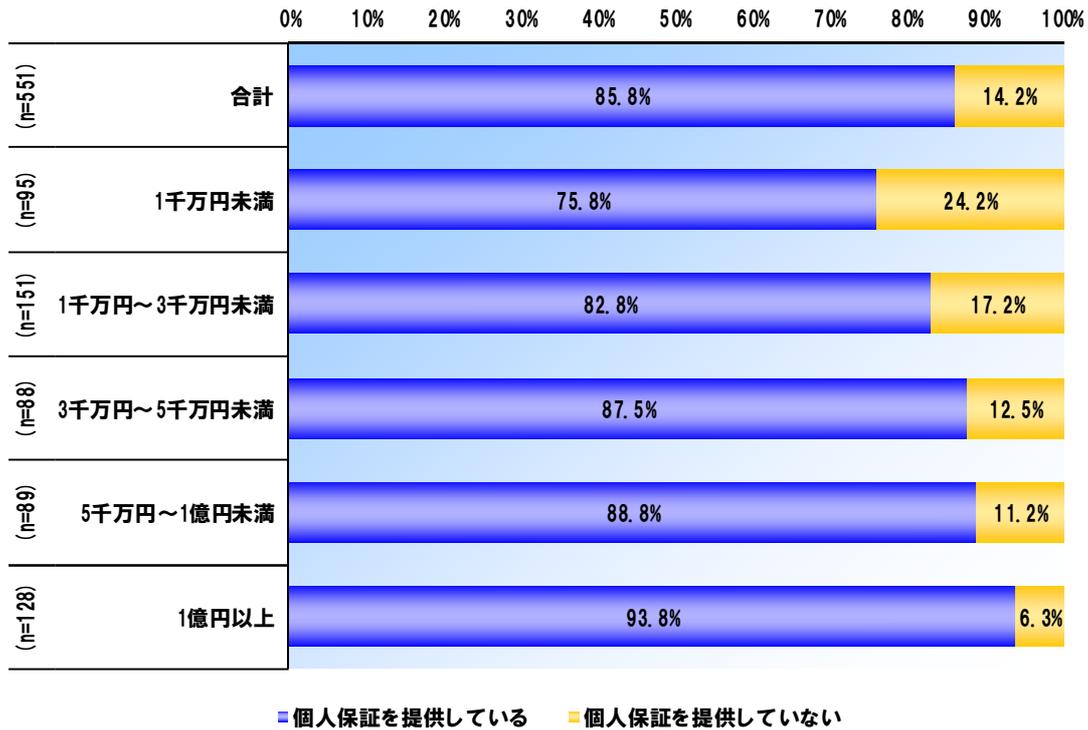
注) 金融機関からの借入を行っている企業のみを対象として集計（無回答除く）

### ③個人保証の提供状況

金融機関からの借入を行っている企業のうち 85.8%の経営者が、借入に対し個人保証を提供している。

借入金額が大きいほど個人保証を提供している割合は高くなっており、借入金額 1 億円以上の企業では、93.8%の経営者が個人保証を提供している。

図表 19 個人保証の提供状況（借入金額別）



注) 金融機関からの借入を行っている企業のみを対象として集計（無回答除く）

#### ④経営者保証に関するガイドライン

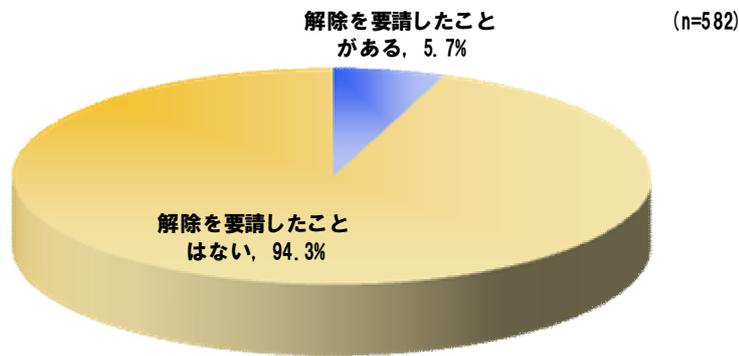
平成 26 年 2 月より、「経営者保証に関するガイドライン」の適用が開始され、一定要件を満たしている場合には、融資の際に個人保証を求めないことが示された。

ガイドラインの適用開始から 1 年以上が経過しているが、個人保証の解除を金融機関に要請した企業は 5.7%にとどまっている。

解除を要請しなかった理由として最も多かったのは「ガイドラインを知らなかった」であり、35.9%の企業が理由としてあげている。

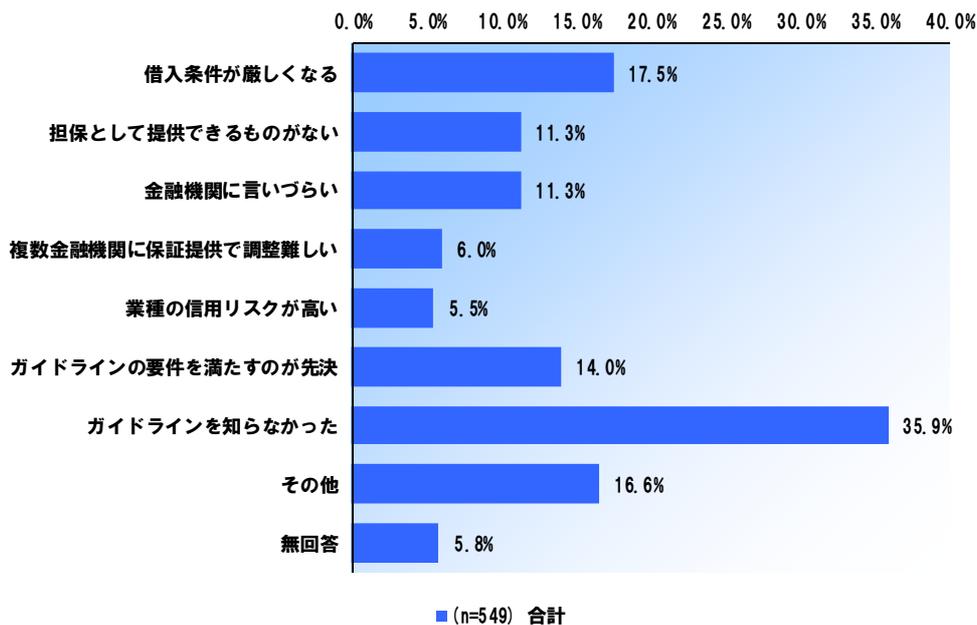
一方で、「借入条件が厳しくなる (17.5%)」「ガイドラインの要件を満たすのが先決 (14.0%)」「担保として提供できるものがない (11.3%)」「金融機関に言いづらい (11.3%)」も一定程度あり、解除要請に対して慎重な姿勢がうかがえる。

図表 20 個人保証の解除要請の有無



注) 無回答除く

図表 21 解除要請を行わなかった理由



注) 個人保証の解除要請をしたことがない企業のみを対象として集計

## 2-2 マイナンバー

### <ポイント>

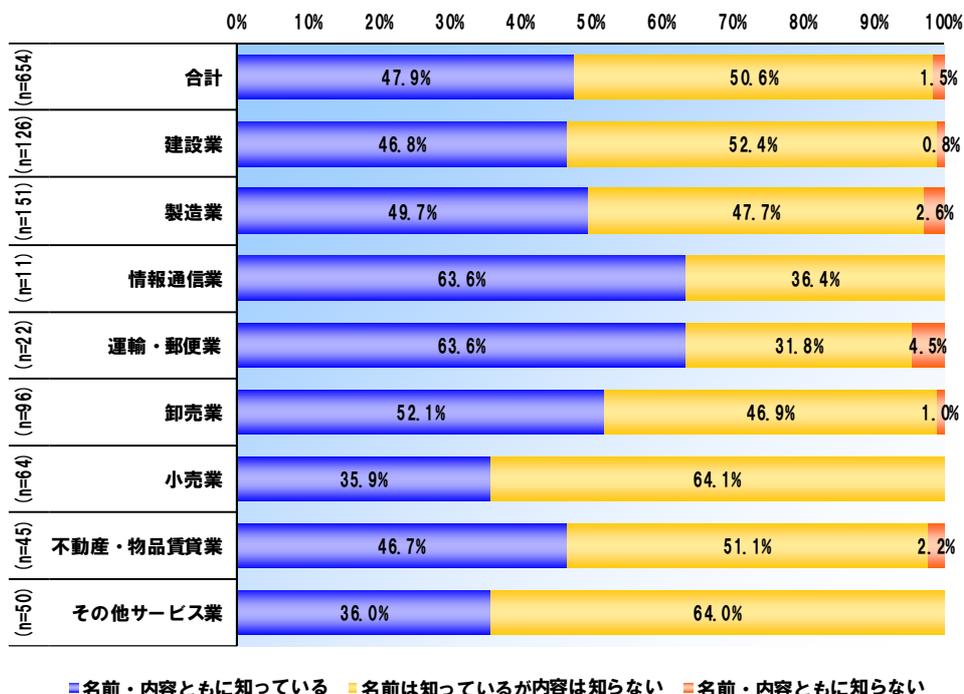
- 平成27年7月時点の調査では、制度の名前を知っている経営者は9割以上となったが、内容を知っている経営者は5割にとどまった
- 「内容を知っている」と回答した経営者のうち、8割がスケジュールや、企業がマイナンバーを取り扱う事実を認識しており、従業員規模が大きい企業の経営者ほど内容の認知度が高い傾向

### ①マイナンバー制度の認知度と認知している内容

マイナンバー制度の認知については、「名前・内容ともに知っている」が47.9%、「名前は知っているが内容は知らない」が50.6%となっており、名前を知っている割合は、9割をこえている。一方、内容については「知っている」と「知らない」が拮抗する結果となった。

業種別に「名前・内容ともに知っている」と回答した割合をみると、ややサンプル数が少ないが、「情報通信業（63.6%）」「運輸・郵便業（63.6%）」において6割をこえており、マイナンバー制度に対する意識が高い様子がうかがえる。

図表 22 マイナンバー制度の認知度（業種別）



注) 無回答除く

注) 業種別の内訳には、一定の回答数があった業種のみを掲載

「名前・内容ともに知っている」と回答した経営者のうち、内容については（複数回答）、「スケジュール（86.8%）」「企業もマイナンバーを取り扱うこと（85.9%）」は8割以上が認識していた。一方で、「従業員以外のマイナンバーを取り扱う可能性があること（34.9%）」「取扱のルール（53.0%）」「罰則規定（56.9%）」などの認知は3～5割にとどまっている。なお、「情報通信業」「運輸・郵便業」では、「取扱のルール」や「罰則規定」などの制度の詳細についても、7～8割が認知している。

図表 23 マイナンバー制度の内容に関して知っていること（業種別）

	計	①スケジュール	②企業の取扱の必要性	③従業員以外の対象	④取扱のルール	⑤罰則規定
全体	304	264	261	106	161	173
	100.0%	86.8%	85.9%	34.9%	53.0%	56.9%
建設業	58	55	48	20	34	32
	100.0%	94.8%	82.8%	34.5%	58.6%	55.2%
製造業	73	63	65	28	37	42
	100.0%	86.3%	89.0%	38.4%	50.7%	57.5%
情報通信業	6	5	5	2	5	5
	100.0%	83.3%	83.3%	33.3%	83.3%	83.3%
運輸・郵便業	14	12	13	10	10	11
	100.0%	85.7%	92.9%	71.4%	71.4%	78.6%
卸売業	50	43	43	17	23	27
	100.0%	86.0%	86.0%	34.0%	46.0%	54.0%
小売業	22	18	17	4	9	12
	100.0%	81.8%	77.3%	18.2%	40.9%	54.5%
不動産・物品賃貸業	20	19	16	5	6	7
	100.0%	95.0%	80.0%	25.0%	30.0%	35.0%
その他サービス業	18	14	18	9	11	11
	100.0%	77.8%	100.0%	50.0%	61.1%	61.1%

<選択肢>

- ①マイナンバー導入スケジュール(平成 27 年 10 月 1 日よりマイナンバー通知、平成 28 年 1 月 1 日より順次利用開始)
- ②企業は、従業員のマイナンバーを取り扱う
- ③企業は、従業員以外の外部の方のマイナンバーも取り扱う場合がある
- ④企業は、特定個人情報の取得・利用／管理・廃棄の規程や管理体制を整え、運用を行うことが必要である
- ⑤企業は、預かった特定個人情報を正当な事由無く故意に漏洩した場合、刑事罰が科される

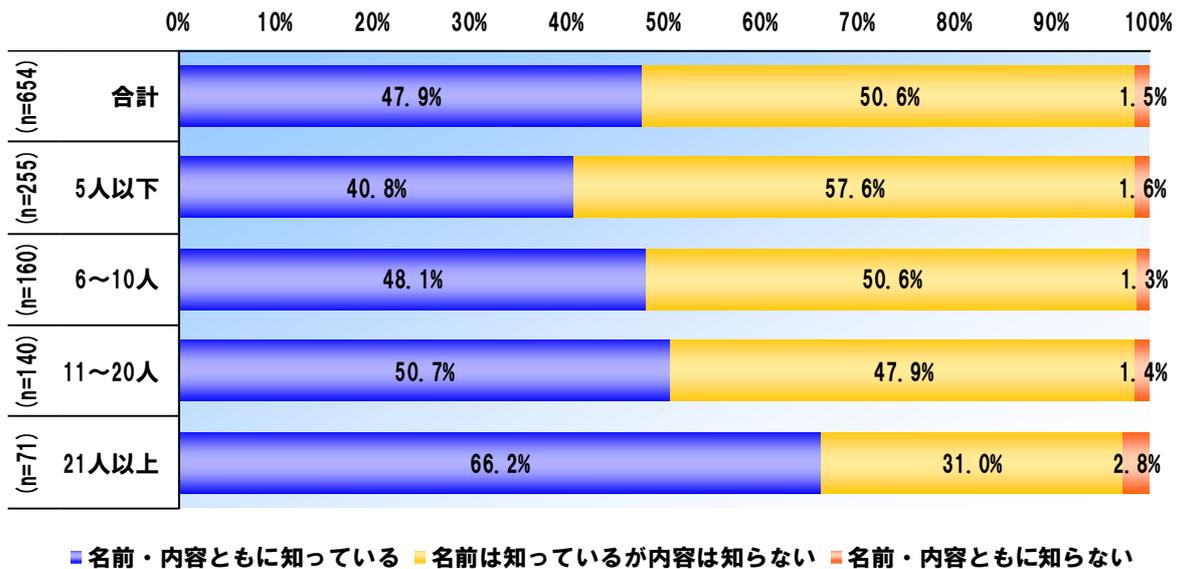
注) 無回答除く

注) 業種別の内訳には、一定の回答数があった業種のみを掲載

次に、従業員規模が大きい企業ほど「内容・名前ともに知っている」と回答する割合が高まる傾向がみられ、「従業員数5人以下（40.8%）」と「従業員数21人以上（66.2%）」ではおよそ25ポイント程度の開きがある。

また、「名前・内容ともに知っている」と回答した経営者のうち、認知している内容を聞いたところ（複数回答）、従業員規模が大きな企業の経営者ほど、「取扱のルール」「罰則規定」など制度の詳細についての認知も高まる傾向がみられる。

図表 24 マイナンバー制度の認知度（従業員規模別）



注) 無回答除く

図表 25 マイナンバー制度の内容に関して知っていること（従業員規模別）

	計	①スケジュール	②企業の取扱の必要性	③従業員以外の対象	④取扱のルール	⑤罰則規定
全体	304	264	261	106	161	173
	100.0%	86.8%	85.9%	34.9%	53.0%	56.9%
5人以下	97	82	75	25	37	49
	100.0%	84.5%	77.3%	25.8%	38.1%	50.5%
6～10人	76	68	67	18	40	42
	100.0%	89.5%	88.2%	23.7%	52.6%	55.3%
11～20人	70	63	62	32	42	40
	100.0%	90.0%	88.6%	45.7%	60.0%	57.1%
21人以上	47	39	45	25	32	32
	100.0%	83.0%	95.7%	53.2%	68.1%	68.1%

<選択肢>

- ①マイナンバー導入スケジュール(平成27年10月1日よりマイナンバー通知、平成28年1月1日より順次利用開始)
- ②企業は、従業員のマイナンバーを取り扱う
- ③企業は、従業員以外の外部の方のマイナンバーも取り扱う場合がある
- ④企業は、特定個人情報の取得・利用／管理・廃棄の規程や管理体制を整え、運用を行うことが必要である
- ⑤企業は、預かった特定個人情報を正当な事由無く故意に漏洩した場合、刑事罰が科される

注) 無回答除く

## 参考：調査概要（回答企業の属性）

### ■回答企業数

	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月
回答数	1,046	998	861	846	777	672	694	707

### ■従業員規模

	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月
5人以下	431	378	330	324	298	261	251	270
6～10人	275	251	222	202	193	166	179	194
11～20人	232	205	170	179	161	145	148	138
21人以上	102	110	100	95	89	72	81	88
無回答	6	54	39	46	36	28	35	17

### ■業種

	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月
製造業	253	229	200	190	176	155	151	160
建設業	214	194	180	157	152	128	128	133
卸・小売業	235	219	191	197	187	168	165	175
サービス業	292	258	221	222	203	168	195	187
その他	40	41	32	33	26	24	19	34
無回答	12	57	37	47	33	29	36	18

### ■地域

	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月
首都圏	600	550	455	456	412	342	369	380
東海地区	141	151	151	136	125	124	107	113
近畿地区	296	259	226	220	211	190	196	197
無回答	9	38	29	34	29	16	22	17

## ■創業年数

	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月
10年未満	100	88	72	71	63	44	48	49
10～29年	250	220	188	181	172	154	155	163
30～49年	333	300	277	274	250	221	230	230
50～99年	314	296	258	245	233	200	209	226
100年以上	42	38	23	27	24	21	18	19
無回答	7	56	43	48	35	32	34	20

## ■経営者年齢

	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月
39歳以下	58	48	33	42	40	28	33	36
40代	244	237	210	192	181	156	164	170
50代	259	231	203	207	184	174	167	172
60代	316	288	250	241	229	187	196	208
70歳以上	148	138	122	115	107	95	100	101
無回答	21	56	43	49	36	32	34	20

## ■経営者性別

	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月
男性	853	815	728	700	663	583	600	623
女性	58	54	38	43	40	33	39	42
無回答	135	129	95	103	74	56	55	42